

Kajian Penamaan Kuliner di Balikpapan Menggunakan Teori Semantik Ogden-Richard

Lisnawaty Simatupang^{1*}, Ria Setyawati²
^{1,2} Politeknik Negeri Balikpapan

*lisnawaty.simatupang@poltekba.ac.id

Abstract

The variation in the business naming system, which shows a language phenomenon relating to culinary problems, is the main problem in this study. The aim of this study is to identify linguistic patterns in Balikpapan food names. Language and culinary are part of culture. However, few studies have looked at the correlation between the two. This study's analysis was conducted utilizing a qualitative methodology. The study's data came from 78 establishments, including stalls, cafes, restaurants, and other food-related enterprises. Data was collected through interviewing with a number of people in the food industry to learn more about the motivations or justifications behind the naming of particular menus. A camera is used as the data collection instrument to record the names of unique foods and beverages. The names on the food and beverage menus were examined from three angles: linguistic forms, semantics, and influences on culinary names. Ogden-semantic Richard's theory was applied to the examination of the research's meaning. The study's findings indicate that culinary businessowner give food and drink menu names in a variety of linguistic forms, including (1) the complete word form, (2) an abbreviation system, (3) a code-mixing system, and (4) the creation of new terms (artificial). The majority of the food and beverage menu names have lexical and referential meanings. However, they also contain non-referential connotations. It is well recognized that the form factor, or look, taste, ingredients, and processing methods predominate when naming food and beverages. This study discovered that business owner purposefully uses unique language to convey an impression or characteristic of their respective menus.

Keywords: Semantic, Language, Culinary

Abstrak

Fokus masalah pada penelitian ini merupakan terdapat perbedaan sistem penamaan usaha yang menghadirkan sebuah fenomena kebahasaan yang berkaitan dalam bidang kuliner. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena kebahasaan dalam penamaan kuliner di Balikpapan. Bahasa dan kuliner merupakan bagian dari budaya. Namun, tidak banyak penelitian yang mengkaji kaitan ke dua hal tersebut. Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Data dalam penelitian dikumpulkan dari 78 usaha berupa warung, *café*, *restaurant*, dan usaha atau bisnis kuliner lainnya. Data dikumpulkan dengan mengunjungi beberapa palaku bisnis kuliner untuk mendapatkan informasi mengenai alasan atau faktor yang memengaruhi pemberian nama pada menu tertentu. Instrumen pengumpulan data berupa kamera yang digunakan untuk mendokumentasikan nama makanan atau minuman unik. Nama-nama menu makanan dan minuman yang dikumpulkan dianalisis dari 3 aspek, yaitu (1) bentuk kebahasaan, (2) makna, dan (3) faktor yang memengaruhi penamaan kuliner. Analisis makna penelitian dilakukan dengan memanfaatkan teori semantik Ogden-Richard. Hasil penelitian menunjukkan pelaku usaha kuliner memberikan nama menu makanan dan minuman dengan berbagai bentuk kebahasaan, yaitu (1) menggunakan bentuk kata secara utuh, (2) menggunakan sistem singkatan, (3) menggunakan sistem campur kode, dan (4) membuat istilah baru (istilah buatan). Melalui fenomena kebahasaan tersebut kemudianditemukan, mayoritas nama menu makanan dan minuman memiliki makna leksikal dan referensial. Meskipun demikian, ditemukan pula makna-makna nonreferensial dalam nama menu makanan dan minuman. Dalam memberikan nama makanan dan minuman, faktor bentuk atau tampilan, rasa, bahan, dan teknik pengolahan diketahuicukup mendominasi. Peneleitian ini menemukan pelaku usaha sengaja menggunakan bahasa secara kreatif untuk memberikan kesan atau ciri khas pada menu kuliner masing-masing.

Kata Kunci: Semantik, Bahasa, Kuliner

1. Pendahuluan

Berbagai kajian mengenai bahasa dan budaya banyak dilakukan untuk menjelaskan perubahan dan perkembangan konteks budaya dalam praktik sosial. Budaya merupakan seperangkat pengetahuan, seni, moral, kepercayaan, hukum, adat, dan kemampuan manusia serta kebiasaannya sebagai bagian dari kelompok masyarakat; atau konfigurasi tingkah laku atau hasil tingkah laku yang oleh Linton dikatakan dapat dipelajari dan diteruskan oleh anggota masyarakat (Setiadi, Hakam, & Effensi, 2013). Salah satu wujud budaya adalah bahasa. Salah satu bentuk penggunaan bahasa yang menarik untuk dikaji adalah penggunaan bahasa dalam bidang kuliner. Kuliner merupakan peralihan dari aktivitas alam menjadi suatu budaya yang digunakan mewakili identitas diri pemilik dan tempatnya berada (Utami, 2018). Indonesia terkenal dengan keberagaman kulinernya (Rahmawati & Mulyadi, 2021). Hal ini berkaitan dengan keberagaman suku dan daerah di Indonesia. Ciri kuliner suatu daerah dapat berbeda dengan daerah lainnya sehingga kuliner merupakan bagian dari entitas budaya kelompok masyarakat tertentu. Jadi, kuliner di suatu daerah dapat menjadi bagian dari budaya lokal

Salah satu wujud identitas yang dimaksud dapat terlihat pada fenomena bahasa dalam penamaan kuliner tersebut. Bahasa berperan mendeskripsikan keragaman budaya pada suatu kelompok masyarakat tertentu (Faisah et al., 2014). Barker menyatakan suatu budaya dapat dikaji melalui praktik pemaknaan yang dilakukan dalam konteks sosial dengan menyelidiki bagaimana peta makna diciptakan, oleh siapa, dan dengan tujuan atau kepentingan apa (Muhammad, 2016). Artinya, memaknai peran bahasa pada aspek kuliner merupakan bagian dari usaha mendeskripsikan suatu budaya karena penamaan kuliner merupakan produk kebahasaan yang tercermin dari budaya lokal. Hal ini bisa menjadi salah satu daya tarik suatu daerah (Putra, Suryadana, & Safari, 2022). Daya tarik terk merupakan suatu kekhasan yang dapat diwujudkan dalam banyak bentuk, salah satunya adalah nama (Lubis & Tanjung, 2021).

Kekhasan suatu daerah biasa bergeser akibat perkembangan yang dialaminya. Berbicara mengenai perkembangan, kota Balikpapan merupakan salah satu kota yang sedang bergiat dalam mengembangkan diri akibat rencana pemindahan Ibu Kota Negara (IKN) baru.. Balikpapan merupakan kota pusat bisnis dan industri di Kalimantan Timur. Bahkan, Balikpapan merupakan kota terbesar di Kalimantan Timur dengan letak yang strategis, yaitu berada di antara Trans Kalimantan dan Trans Nasional (Tim Pengelola Website, 2014). Sebagai kota penunjang IKN, Balikpapan akan turut merasakan dampak positif di bidang ekonomi seperti yang akan dirasakan oleh wilayah Kalimantan Timur dan beberapa provinsi terdekatnya (Humas Provinsi Kaltim, 2019). Hal ini tentunya dapat memengaruhi pola pikir dan gagasan masyarakat di Balikpapan, termasuk kebiasaan berbahasa. Penggunaan bahasa dalam lingkup masyarakat dan daerah yang sedang berkembang merupakan satu kajian yang memang harus dilakukan. Hal ini dapat membantu untuk mendeteksi atau menjelaskan perkembangan kebudayaan daerah dan masyarakat tersebut sebelum mendapatkan pengaruh yang lebih besar lagi sebagai dampak dari perkembangan yang terus berlangsung. Dalam bidang bahasa, hal ini penting untuk dilakukan mengingat pengguna bahasa (dalam konteks ini penutur bahasa Indonesia) sering tidak sadar atau secara otomatis mengikuti tren bahasa tertentu tanpa

memahami dampak yang akan muncul. Perkembangan pada suatu kota perlu dikawal dan diikuti dengan pemertahanan identitas dan kebudayaan. Salah satunya dengan mengadakan berbagai kajian dan literasi untuk menjaga dan mengedukasi masyarakat setempat akan kekhasan dan keunikan budaya yang dimilikinya, atas identitas aslinya, sehingga meskipun harus mengalami perkembangan, budaya tersebut tidak digeser atau digantikan oleh pengaruh asing lainnya. Penelitian ini dirancang untuk melihat sikap masyarakat Balikpapan dalam mempersiapkan diri sebagai wajah baru Indonesia. Dalam pada itu, sikap yang dilihat merupakan sikap pelaku usaha kuliner dalam memberikan nama pada produk atau menu makanan dan minuman pada usaha mereka. Tinjauan dari segi penamaan kuliner dilakukan mengingat bentuk dan makna yang dihadirkan oleh nama-nama kuliner akan memberikan pengalaman tertentu kepada masyarakat penikmatnya. Pengalaman tertentu tersebut dapat terjadi apabila produk memiliki keunikan (Belk, 1981; Blumberg, 1974 dalam Cardello et al., 2019). Keunikan budaya dapat dicerminkan melalui nama kuliner (Suswandi, 2020). Pemberian nama pada usaha atau menu makanan/minuman bukanlah tanpa sebab. Dalam beberapa penelitian dikatakan bahwa nama usaha memengaruhi keputusan pembeli konsumen (Suciningtyas, 2012; Arianty & Andira, 2021; Darmawan, 2019). Namun, dari beberapa penelitian yang sudah dilakukan, belum banyak kajian dari sudut pandang bahasa. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian mengenai penggunaan bahasa dalam penamaan produk/menu makanan untuk mendeskripsikan peran bahasa Indonesia dalam masyarakat pada daerah yang mengalami transformasi.

2. Metodologi

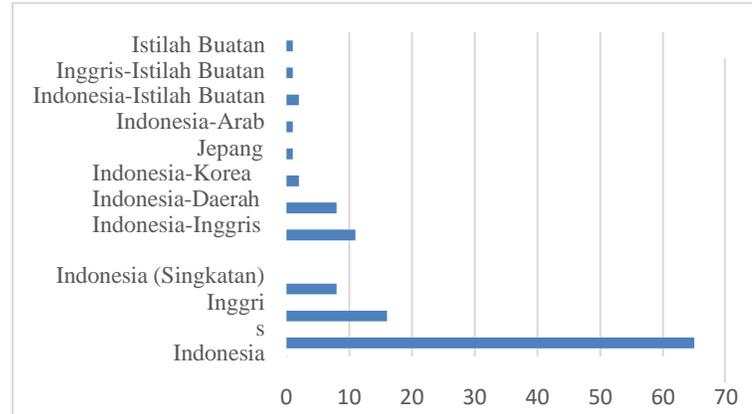
Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Data penelitian didapatkan dengan teknik studi lapangan. Peneliti mendokumentasi dan mencatat nama-nama makanan atau minuman yang tersebar di ±80 rumah makan/ warung/ café/ dagangan kaki lima di kota Balikpapan. Peneliti juga melakukan wawancara tidak terstruktur dengan pemilik usaha kuliner untuk mendapatkan data berupa informasi pertimbangan atau alasan pemberian nama pada menu makanan atau minuman yang dijual. Indikator dasar yang digunakan dalam pengumpulan data adalah nama-nama makanan atau minuman yang mencerminkan kekhasan atau pembeda dengan produk atau usaha sejenis lainnya. Data nama menu makanan atau minuman tersebut kemudian disusun dalam tabel data. Untuk memahami fakta kebahasaan terkait makna dari nama menu makanan atau minuman tersebut, dilakukan analisis dengan teori segitiga makna Ogden dan Richard. Ogden dan Richard menyatakan terdapat 3 (tiga) faktor yang memengaruhi pemaknaan, yaitu (1) pikiran, simbol, dan referen; Pikiran dan simbol memiliki hubungan kausalitas yang mana simbol dalam komunikasi disebabkan oleh referensi yang diciptakan dan faktor sosial psikologis; Pikiran dan referen juga memiliki hubungan, sedangkan simbol dan referensi tidak memiliki hubungan langsung karena sistem simbol (dalam hal ini kata atau bahasa) suatu tempat berbeda dengan tempat lainnya (Ogden & Sandulescu, 2013). Pemahaman makna nama kuliner dilakukan untuk menjelaskan jenis makna yang timbul atau sistem pemaknaan yang dihasilkan oleh nama menu makanan dan minuman di Balikpapan. Data wawancara diolah untuk dikelompokkan secara tematik. Pengelompokan tersebut akan mengungkapkan alasan penamaan menu makanan dan minuman. Hasil analisis disajikan secara deskriptif dengan sistem penomoran berlanjut.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Bahasa dalam Penamaan Kuliner

Tim peneliti berhasil mengumpulkan 125 nama kuliner (nama menu makanan dan minuman). Data menunjukkan bahwa penggunaan bahasa Indonesia mendominasi penamaan kuliner di Balikpapan. Meskipun demikian, penggunaan bahasa asing masih cukup sering ditemukan. Perhatikan persentase penggunaan berbagai jenis bahasa dalam penamaan kuliner di Balikpapan

pada gambar 2 berikut.



Gambar 1 Penggunaan Bahasa dalam Penamaan Kuliner di Balikpapan

Bentuk bahasa yang digunakan dalam penamaan kuliner di Balikpapan cukup beragam. Dalam penelitian ini bentuk kebahasaan penamaan kuliner digolongkan ke dalam 4 (empat) kategori, yaitu:

a) Penamaan dengan Penulisan Utuh

Bentuk kebahasaan yang paling banyak ditemukan dalam penamaan kuliner di Balikpapan adalah penamaan dengan menggunakan istilah utuh. Artinya, kata atau frasa digunakan sesuai dengan ejaan utuhnya, misalnya (1) *Bakso Idaman* & (2) *Es Susu Kenyal*. Masing-masing kata pembentuk nama menu di atas ditulis sesuai dengan ejaan aslinya. Hal ini menunjukkan adanya pematuhan pada penulisan ejaan dalam penamaan kuliner di Balikpapan.

b) Penamaan dengan Bentuk Singkatan

Salah satu variasi kebahasaan yang muncul dalam penamaan kuliner di Balikpapan adalah penggunaan sistem singkatan. Penggunaan sistem singkatan pada nama menu dilandaskan pada aspek kepraktisan, misalnya (3) *Rumpi* (*Rum-Kopi*), (4) *Es Tejo* (*Es Teh- Hijau*), dan (5) *Tetasucin* (*The Tarik Susu Cincau*).

c) Penamaan dengan sistem campur kode

Salah satu fenomena bahasa yang tidak dapat dihindari adalah campur kode atau penggunaan kosa kata dari dua bahasa yang berbeda. Fenomena ini tidak hanya terjadi dalam percakapan sehari-hari, tetapi juga dalam penamaan kuliner di Balikpapan, seperti (6) *Kopi Oppa*, (7) *King Soto*, dan (8) *Bakso Ndeso*.

d) Pembentukan Istilah Baru

Kreativitas pemilik usaha dalam memberikan nama makanan atau minuman pada usahamilik mereka tidak terbatas pada penggunaan bahasa Indonesia, daerah, dan bahasa asing. Salah satu fenomena kebahasaan baru dalam penamaan kuliner adalah pembentukan istilah baru atau istilah buatan, seperti (9) *Bobber* dan (10) *Kebab Manis Unch-Unch*.

3.2. Jenis-jenis Makna dalam Penamaan Kuliner di Balikpapan

Pemberian nama pada menu makanan atau minuman merupakan salah satu bagian penting yang memerlukan pertimbangan khusus dari pemilik usaha kuliner. Nama yang dipilih akan merepresentasikan karakter makanan atau minuman yang dijual. Beberapa nama dapat memberikan kesan yang berbeda pada berbagai pihak. Berdasarkan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini ditemukan bahwa nama makanan dan minuman di kota Balikpapan dapat

digolongkan ke beberapa jenis makna, yaitu makna leksikal dan referensial, makna kontekstual, dan makna nonreferensial.

a) Makna Leksikal dan Makna Referensial

Makna leksikal merupakan makna yang melekat langsung pada leksem atau kata atau ditunjuk langsung oleh kata yang menjadi acuan atau referennya (Chaer, 2012). Mengacu pada definisi tersebut, makna leksikal dalam penelitian ini ditemukan pada beberapa nama yang dapat diartikan secara literal atau denotatif. Makna denotatif tersebut menggambarkan karakter makanan dari aspek bahan pembuatan, cara pengolahan, dan warna. Karakter yang diwakilkan oleh nama menumakanan dan minuman juga diketahui merujuk pada objek atau benda tertentu.

Makna Leksikal Bahan Makanan/ Minuman

Beberapa makanan diberikan nama sesuai dengan unsur utama dan unsur tambahan kuliner tersebut. Hal ini ditemukan pula dalam penelitian makanan di daerah Minangkabau (Fransiska et al., 2019). Perhatikan beberapa contoh nama-nama makanan berdasarkan bahan pengolahan yang ditemukan di daerah Balikpapan berikut.

Tabel 1 Contoh Data Nama Kuliner dengan Makna Leksikal Bahan

No.	Nama	Bahan	Keterangan	Gambar
(11)	Es Cincau Hijau	Cincau	Es Cincau berbahan dasar cincau. Warna hijau disematkan pada nama minuman tersebut sesuai dengan warna hijau pada cincau.	
(12)	Kleppon Coffee	Perisa Klepon	Kata “klepon” dilatar belakangi oleh unsur tambahan berupaperisa klepon yang digunakan pada minuman kopi tersebut	
(13)	Chocolate Dog	Coklat	Kue berbahan dasar coklat.	
(14)	Cake SalaKilo	Salak	Kue berbahan baku salak lokal. salah satu daerah yang biasa disebut dengan kilo di Balikpapan.	
(15)	Bakso Cumi Besar	Cumi	Bakso sapi dengan bahan tambahan bahari, cumi-cumi.	

Makna menu kuliner di atas mengacu langsung pada bahan utama atau bahan tambahan pembuatan makanan. Berdasarkan nama yang diberikan, pelanggan dapat mengonseptualisasikan bentuk atau wujud minuman tersebut. Hal inilah yang membuktikan bahwa penamaan menu minuman tersebut mengandung sistem pemaknaan leksikal. Perhatikan ilustrasi makna pada contoh

data di bawah ini.



Gambar 2 Ilustrasi Analisis Semantik Makna Leksikal Bahan Makanan/ Minuman Data (11)

Makna Leksikal Teknik Memasak Makanan/ Minuman

Selain untuk mengeksplisitkan bahan pembuatan, pemilik usaha makanan/ minuman juga menginformasikan teknik pengolahan makanan/ minuman dalam nama menu makanan atau minuman yang dijual. Perhatikan beberapa data berikut.

Tabel 2 Contoh Data Nama Kuliner dengan Makna Leksikal Teknik Pengolahan

No.	Nama Makanan	Gambar
(16)	Ayam Bakar Merapi	
(17)	Bolu Bakar	
(18)	Ayam Geprek Rempah Jiwa	
(19)	Oreo Goreng	

Berdasarkan contoh di atas ditemukan 3 cara pengolahan makanan yang dijadikan sebagai bagian dari nama menu, yaitu bakar, geprek, dan goreng. Sistem pengolahan makanan dengan cara dibakar atau memasak makanan di atas bara api akan memberikan efek warna hitam pada makanan. Hal ini dapat dilihat pada gambar contoh data di atas. Teknik pengolahan makanan lainnya yang disandingkan sebagai nama makanan adalah teknik geprek atau keprek. Makanan yang digeprek adalah makanan yang dilumatkan, dipipihkan, atau dihancurkan. Alat bantu yang dipakai untuk menggeprek berbeda-beda, biasanya penjual menggunakan batu cobek. Sesuai namanya, calon pembeli seharusnya sudah mengekspektasikan akan menerima makanan dalam

bentuk yang sedikit hancur. Teknik memasak selanjutnya yang digunakan sebagai nama makanan adalah Teknik menggoreng, seperti ayam goreng, nasi goreng, mi goreng, dan lain-lain. Pada penelitian ini ditemukan nama makanan 'oreo goreng'. Oreo merupakan nama merek kukis atau biskuit. Selain menunjukkan bahan makanan, nama tersebut juga meginformasikan bentuk pengolahannya. Hal ini dapat membantu penjual untuk menunjukkan keunikan dan perbedaan makanan yang dijual dengan produk lainnya. Berdasarkan beberapa data di atas dapat diketahui bahwa nama menu secara literal menggambarkan Teknik pengolahan atau pemasakan menu tersebut. Oleh karena itu, data di atas digolongkan dalam data nama kuliner dengan sistem pemaknaan leksikal.

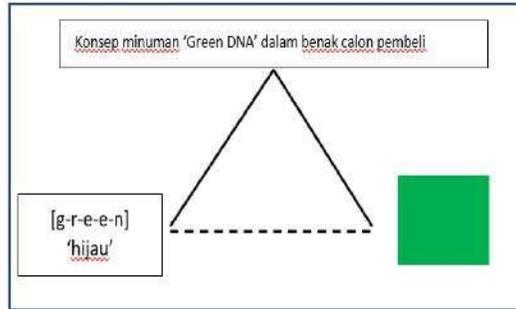
Makna Leksikal Warna Makanan/ Minuman

Selain memanfaatkan bahan dan teknik pengolahan, penjual atau pemilik usaha kuliner juga memanfaatkan warna makanan sebagai nama menu. Perhatikan contoh data menu di bawah ini.

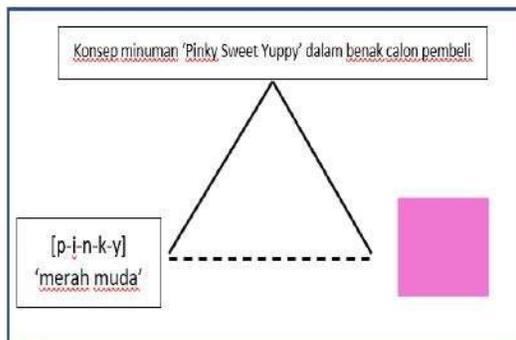
Tabel 3 Contoh Data Nama Kuliner dengan Makna Leksikal Warna

No.	Nama	Gambar
(20)	Onde-onde Rainbow	
(21)	Green DNA	
(22)	Pinky Sweet Yuppy	

Beberapa data di atas membuktikan penamaan kuliner sesuai dengan warna makanan atau minuman. Diksi *rainbow* mengacu pada spektrum cahaya yang muncul dalam berbagai warna di langit. Konsep *rainbow* 'pelangi' tersebut digunakan untuk mewakili warna onde-onde yang beragam. Dengan demikian, calon pembeli dapat memprediksi warna produk onde-onde tersebut tidak seragam. Selain itu, ditemukan pula data nama minuman yang mencirikan warna minuman tersebut. Diksi *green* 'hijau' dan *pinky* 'merah muda' digunakan sesuai dengan tampilan warna minuman tersebut. Dengan simbol warna pada nama minuman, konsep minuman yang terdapat di benak calon pembeli tidak akan jauh berbeda dengan bentuk atau tampilan asli minuman tersebut.



Gambar 4 Ilustrasi Analisis Semantik Makna Leksikal Bahan Makanan/ MinumanData (22)



Gambar 5 Ilustrasi Analisis Semantik Makna Leksikal Bahan Makanan/ MinumanData (23)

Berdasarkan beberapa data di atas, dapat diketahui bahwa penamaan kuliner di Balikpapan memanfaatkan sistem penamaan leksikal atau pemaknaan nama makanan dan minuman secara denotatif yang menggambarkan karakter makanan atau minuman tersebut dari aspek rasa, bahan, dan cara pengolahan.

b) Makna Kontekstual

Penamaan kuliner ternyata tidak hanya disusun berdasarkan karakter yang terlihat dalam makanan atau minuman, tetapi juga berdasarkan efek yang diharapkan muncul setelah menikmati makanan atau minuman tersebut. Pemaknaan tersebut digolongkan menjadi makna kontekstual atau makna yang hadir akibat konteks atau situasi penggunaan leksem (Chaer, 2012). Perhatikan beberapa contoh data berikut.

- (23) Tahu Mlotot
- (24) Bakso Kuntulanak
- (25) Bakso Nuklir
- (26) Salome Iqro

Apabila ditinjau dari segi leksikal atau makna denotatif, diksi mlotot, kuntulanak, nuklir, dan iqro masing-masing memiliki arti 'membelalak', 'hantu yang suka mengambil anak kecil', 'energi tenaga atom', dan 'bacalah atau pamilah'. Makna denotatif masing-masing diksitersebut dapat memberikan makna yang berbeda dari makna yang disematkan oleh penjual atau pemilik usaha yang bersangkutan. Misalnya, tahu mlotot adalah tahu yang membelalak atau tahu yang matanya terbuka lebar. Makna tersebut menjadi berbeda dengan alasan pemilik usahamemberikan nama mlotot. Tahu mlotot adalah tahu dengan sensasi pedas yang cukup tinggi

sehingga dapat memberikan efek melotot pada penikmatnya. Jadi, diksi mlotot pada nama makanan ini merepresentasikan efek atau reaksi yang berpotensi dihadirkan oleh penikmatnya. Dengan demikian, penamaan makanan tersebut tidak dapat diartikan secara harfiah, melainkan harus dikembalikan pada konteks yang melatarbelakanginya.

Hal yang tidak jauh berbeda ditemukan pula pada nama makanan bakso kuntilanak dan bakso nuklir. Diksi kuntilanak pada bakso kuntilanak tidak berarti bakso tersebut adalah bakso milik kuntilanak atau bakso yang dijual oleh kuntilanak. Diksi kuntilanak digunakan untuk meminjam konsep kuntilanak yang suka mengambil anak kecil (Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2007). Konsep tersebut diadopsi pada bentuk bakso yang besar dan mengandung banyak bakso kecil di dalamnya. Begitu pula dengan bakso nuklir. Bakso nuklir bukanlah bakso yang dibuat dari nuklir, melainkan bakso besar yang memiliki isian berupa bakso-bakso kecil. Berdasarkan kedua contoh tersebut, konteks kuntilanak dan nuklir digunakan untuk mengonsepan suatu bakso dalam ukuran yang relatif besar dan memiliki isian berupa bakso-bakso kecil.

Selain tiga contoh di atas, contoh data lain yang harus dimaknai sesuai konteks adalah Salome iqro. Diksi iqro pada nama makanan tersebut tidak berarti mengajak pembeli untuk membaca atau memahami suatu hal. Diksi iqro disandingkan dalam nama makanan tersebut berdasarkan latar belakang lingkungan tempat usaha tersebut yang berada di dekat lokasi pengajian. Berdasarkan beberapa contoh data di atas, dapat diketahui bahwa penamaan kuliner juga memerlukan pemahaman kontekstual yang tepat. Nama-nama yang tidak memiliki hubungan langsung dengan karakter makanan dan minuman merupakan salah satu fenomena kebahasaan yang banyak ditemukan saat ini. Hal tersebut membuktikan penggunaan bahasa digunakan untuk memberikan konteks yang lebih luas pada penamaan kuliner di Balikpapan.

c) Makna Nonreferensial

Makna nonreferensial dalam ilmu semantik merupakan makna yang tidak memiliki acuan langsung (Chaer, 2012). Hal ini berbeda dengan makna referensial, misalnya es cincau hijau. Cincau mengacu pada panganan yang berbentuk gel dan hijau mengacu pada warna hijau. Dalam makna nonreferensial terdapat kata yang tidak memiliki referen atau objek langsung yang bisa dijadikan acuan, seperti konjungsi dan preposisi dalam bahasa Indonesia. Makna nonreferensial juga dapat ditemukan dalam nama-nama kuliner di Balikpapan. Beberapa di antaranya adalah sebagai berikut.

- (27) Geprek Mendadak Sayang
- (28) Kopi Kenangan Mantan

Kata mendadak memiliki arti tidak dapat diduga atau tiba-tiba. Penggunaan kata ‘mendadak’ dan ‘sayang’ pada nama makanan Geprek Mendadak Sayang tidak mengacu pada benda atau objek apapun. Mendadak dan sayang masing-masing menduduki kelas kata adverbial dan ajektiva. Kedua kata tersebut hadari untuk menjelaskan kelas kata lainnya, seperti nomina, verba, atau adverbial lainnya. Jadi, kedua diksi tersebut tidak memiliki referen yang tetap. Oleh karena itu, nama makanan di atas dapat digolongkan memiliki makna nonreferensial. Untuk mengetahui makna sesungguhnya, diperlukan keterangan atau informasi dari pemilik usaha tersebut. Pada contoh berikutnya, kata kenangan yang melekat nama menu Kopi Kenangan Mantan juga tidak mengacu pada benda atau objek apapun. Makna pada menu tersebut menjadi semakin jelas karena diikuti oleh kata benda ‘mantan’. Mantan mengacu pada orang yang pernah berstatus tertentu (Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional, 2007), sedangkan kata kenangan tergolong kata benda namun tidak memiliki objek atau acuan yang pasti. Dengan demikian, penamaan kuliner di Balikpapan turut menggunakan sistem pemaknaan nonreferensial.

Faktor yang Memengaruhi Penamaan Kuliner

Penamaan kuliner tidak dibatasi pada bentuk, warna, dan rasa produk tersebut. Dewasa ini, penamaan kuliner semakin dipengaruhi oleh beragam faktor. Penamaan tersebut di luar makan leksikal atau makna referensial yang hadir. Wawancara tidak terstruktur yang dikerjakan dalam penelitian berhasil menemukan beberapa faktor penamaan makanan atau minuman di Balikpapan.

a) Aspek Bahan, Teknik Olah, Warna, Bentuk atau Tampilan, dan Rasa Makanan

(29) *Es Pelangi Ceria*

(30) *Ayam Geprek Ganja*

(31) *Choco Lava Milo*

(32) *Ceker Njedir*

Penamaan kuliner dengan memanfaatkan karakter dari produk kuliner tersebut merupakan faktor terbanyak yang ditemukan dalam penelitian ini. Pemanfaatan beragam jenis buah pada menu (29) *Es Pelangi Ceria* memberikan efek warna yang cerah dan beragam pula pada minuman tersebut. Warna cerah dan beragam memberikan kesan yang ceria sehingga minuman tersebut dinamakan *es pelangi ceria*. Jadi, contoh data (29) merupakan penamaan kuliner yang diinspirasi oleh warna minuman. Contoh data (30) menunjukkan penamaan yang diinspirasi oleh teknik olah dan bentuk atau tampilan makanan. *Ayam Geprek Ganja* merupakan daging ayam berlapis tepung dan digoreng, kemudian digeprek menggunakan ulekan di atas cobek dengan sambal dan disajikan dengan kangkung goreng. Penggunaan diksi ganja merupakan hasil kreativitas pemilik usaha untuk menggambarkan karakter tampilan menu tersebut. Faktor pertimbangan lain yang cukup mendominasi dalam hal penamaan kuliner di Balikpapan adalah faktor bahan yang digunakan dalam menu makanan atau minuman. Data (31) menggunakan bahan tambahan coklat dan malt atau biji-bijian sereal yang sudah dikeringkan, Milo sendiri merupakan merek minuman. Hal itu dengan jelas tersurat pada nama minuman tersebut. *Choco Lava Milo* merupakan minuman coklat yang disajikan dengan limpahan coklat dan malt dengan merek Milo. Penamaan kuliner sesuai dengan bahan yang digunakan, sehingga praktis untuk menjelaskan karakter makanan secara langsung pada calon pembeli.

Alasan mayoritas lainnya dalam pemberian nama makanan adalah faktor rasa. Rasa makanan menginspirasi beberapa pemilik usaha kuliner untuk memberikan nama yang menggambarkan rasa dan sensasi yang dihadirkan oleh produk kuliner mereka. Hal tersebut terlihat pada contoh data (32). *Ceker Njedir* merupakan menu makanan dengan bahan utama ceker yang dimasak menggunakan racikan bumbu yang memiliki tingkat kepedasan tinggi. Sensasi pedas menu tersebut diprediksi dapat memberikan efek membengkak pada bibir. Oleh karena itu, istilah njedir digunakan sebagai nama menu untuk menggambarkan rasa dan efek makanan. Khusus pada makanan dengan sensasi pedas, ditemukan kesamaan pola nama, yaitu penggunaan istilah yang dekat dengan konteks organ mulut. Perhatikan data (33)–(35) berikut

(33) *Pentol Goyang Lidah*

(34) *Ayam Lambe*

(35) *Sambal Jontor*

Diksi goyang lidah, lambe, dan jontor merupakan diksi yang berhubungan dengan organ mulut manusia. Lambe memiliki arti bibir atau mulut dan jontor memiliki arti pembengkakan pada bibir. Penggunaan diksi organ mulut menjadi satu gaya penamaan yang dikhususkan pada makanan dengan tingkat kepedasan yang tidak biasa. Hal ini tentu menjadi efektif bagi para penikmat makanan pedas.

b) Pengaruh Budaya Korea

Tidak bisa dipungkiri, pengaruh budaya Korea memasuki banyak sekali ranah kehidupan manusia, seperti musik, industri garmen, hingga kuliner. Perhatian masyarakat terhadap budaya Korea dimanfaatkan oleh pemilik usaha kuliner untuk menciptakan merek atau menu yang menunjukkan adanya pengaruh budaya Korea. Perhatikan beberapa contoh data berikut.

(36) *Seblak Hyung*

(37) *Spring Day*

(38) *Green DNA*

Contoh data (36) menunjukkan nama menu minuman dengan sistem campur kode. Seblak merupakan panganan dari daerah Sunda yang terbuat dari kerupuk basah dicampur dengan berbagai sayuran dan bogabahari. Sesuai dengan asal daerahnya, nama seblak juga merupakan istilah atau kosa kata dari bahasa Sunda, salah satu bahasa daerah di Indonesia, sedangkan hyung merupakan istilah dari bahasa Korea yang berarti kakak laki-laki. Terlihat dengan jelas pengaruh budaya Korea pada penamaan menu tersebut. Selain itu, terdapat pula nama menu minuman yang terinspirasi dari budaya Korea, yaitu data *Spring Day* dan (38) *Green DNA*. Sekilas, kedua nama tersebut tampak tidak memiliki kaitan langsung dengan budaya Korea. Namun, melalui wawancara tidak terstruktur yang dilakukan peneliti diketahui bahwa nama kedua menu tersebut diinspirasi oleh judul lagu boyband Korea, BTS. Popularitas boyband tersebut ternyata dimanfaatkan oleh pemilik usaha kuliner untuk menghadirkan menu minuman yang sesuai dengan judul lagu dari grup tersebut. Fenomena ini membuktikan adanya interaksi bahasa dalam ranah pemberian nama kuliner.

c) Keinginan untuk Tampil Berbeda

Perkembangan kuliner saat ini menghasilkan banyak sekali jenis makanan dan minuman. Variasi makanan muncul sebagai hasil inovasi pelaku usaha dalam menghadirkan jenis makanan baru. Namun, tidak jarang juga pemilik usaha menghasilkan menu baru hasil perpaduan dua masakan atau minuman dari budaya yang berbeda. Meskipun variasi makanan semakin bertambah, jenis makanan yang sudah banyak dijual di masyarakat seperti nasi goreng, ayam goreng, dan lainnya tidak kehilangan peminat. Berkaitan dengan hal tersebut, pelaku usaha makanan *mainstream* tetap berusaha menyajikan sesuatu yang berbeda dari usaha miliknya. Salah satu cara agar usaha yang dilakukan adalah memberikan nama menu yang berbeda. Perhatikan contoh data berikut.

(39) *Nasi Lego*

(40) *Salome Fenomenal*

Usaha nasi dan Salome merupakan jenis usaha yang banyak ditemukan di Balikpapan. Nasi merupakan kebutuhan utama sehingga jenis usaha ini pada umumnya memiliki jumlah pembeli yang tidak sedikit. Begitu juga dengan Salome yang merupakan jajanan kaki lima yang memiliki bentuk mirip dengan bakso. Jajanan ini banyak sekali ditemukan di daerah Balikpapan. Untuk membedakan usaha salome satu dengan yang lainnya, pemilik usaha Salome turut melakukan strategi berjualan dengan memberikannya nama yang berbeda seperti pada data (40). Jenis makanan yang sudah umum dikenal oleh masyarakat tentu membutuhkan strategi khusus untuk memberikan kesan yang berbeda. Salah satu strategi yang digunakan oleh para pemilik usaha adalah dengan memberikan nama usaha yang unik.

d) Karakter Pembeli

Penelitian ini menemukan salah satu faktor unik yang menjadi pertimbangan pelaku usaha kuliner dalam memberikan nama usaha mereka, yaitu faktor pembeli. Beberapa pelaku usaha memberikan nama usaha tertentu yang menggambarkan karakter mayoritas pembelinya. Perhatikan contoh data (41)–(42) berikut.

(41) Lontong Balap

(42) Salome Iqro

Nama Lontong Balap dipilih pemilik usaha karena mayoritas pembelinya adalah pekerja dan masyarakat yang akan atau baru dari pasar. Karakter pembeli yang ingin cepat dilayani dan tidak punya banyak waktu untuk menikmati makanan di tempat tersebutlah yang menggagas pemberian nama Lontong Balap. Jadi, diksi balap dipilih karena situasi penjualan yang membuat penjual dan pembeli seakan-akan berpacu. Karakter pembeli juga menjadi alasan pemilik usaha Salome Iqro menggunakan diksi Iqro pada nama usahanya. Lokasi berjualan yang dekat dengan tempat mengaji anak-anak menyebabkan mayoritas pembelinya adalah anak-anak pengajian. Jadi, melalui kedua contoh di atas ditemukan bahwa faktor di luar makanan ternyata dapat menjadi pertimbangan dalam memberikan nama usaha atau menu yang unik pada usaha mereka.

e) Sejarah atau Latar Belakang Pemilik Usaha

Sejarah pemilik atau latar belakang pemilik usaha juga merupakan salah satu alasan penamaan kuliner di Balikpapan. Hal tersebut dapat dilihat pada nama usaha berikut.

(43) Gorengan Helikopter

(44) InTEAgral

(45) Molen Cinta

Nama gorengan helikopter dipilih oleh pelaku usaha untuk mengenang masa lalu pemilik usaha yang pernah menjadi teknisi helikopter. Meskipun gorengan yang dijual tidak jauh berbeda dengan gorengan pada umumnya, usaha ini menjadi berbeda karena memiliki nama yang unik. Diksi integral diambil dari kata integral yang merupakan istilah dalam ilmu matematika. Pemilik usaha yang memiliki latar belakang pendidikan matematika menyisipkan unsur matematika pada menu minuman yang dijual. Hal yang tidak berbeda juga ditemukan dalam data (45). Nama molen cinta diberikan karena usahanya merupakan usaha rintisan bersama pasangan suami-istri. Jadi, berdasarkan beberapa contoh data tersebut ditemukan bahwa latar belakang pemilik usaha turut memengaruhi penamaan kuliner di Balikpapan.

f) Jam Operasional Usaha

Fakta lain yang ditemukan dalam penelitian ini adalah faktor jam operasional ternyata memengaruhi atau melatarbelakangi pemberian nama suatu usaha. Hal ini ditemukan pada contoh data (46) dan (47) berikut.

(46) Mie Pangsit Pocong

(47) Angkringan Betah Melek

Diksi pocong dan betah melek digunakan untuk mewakili jam operasional usaha mie pangsit dan angkringan tersebut. Pocong merupakan sebutan untuk hantu yang terbungkus kain kafan, sedangkan melek artinya tidak tidur atau terjaga. Kedua istilah tersebut dipilih akibat jam operasional usaha yang buka sampai larut malam dan dini hari. Jadi, faktor jam operasional menjadi salah satu pembentuk nama unik kuliner di Balikpapan.

g) Pengaruh Tokoh

Dalam penelitian ini, diketahui bahwa popularitas seorang tokoh dapat memengaruhi penamaan kuliner di Balikpapan. Hal tersebut dapat dilihat pada contoh data berikut.

(48) Es Dawet Boosku

(49) Warung Obama

Istilah Boosku pada data (48) merupakan istilah yang dipopulerkan oleh aktor Baim Wong. Istilah boosku biasa digunakan oleh beliau untuk menyapa penggemarnya. Istilah tersebut akhirnya menjadi familiar di kalangan masyarakat. Oleh karena itu, salah satu pemilik usaha Es Dawet menggunakan istilah atau jargon baim wong untuk memberikan keunikan pada dagangannya. Tidak jauh berbeda dengan data (48), data (49) juga menunjukkan faktor popularitas seorang

tokoh dalam penamaan kuliner di Balikpapan. Obama adalah politikus Amerika yang pernah menjabat menjadi Presiden. Tokoh Obama dikenal di masyarakat luas, termasuk di Indonesia karena latar belakang Obama yang pernah tinggal di Indonesia pada masa kecilnya. Popularitas Obama di kalangan masyarakat ternyata memengaruhi pemilik usaha di Balikpapan untuk memberikan nama usaha sesuai dengan nama tokoh tersebut. Dengan demikian, penamaan unik kuliner di Balikpapan juga dapat terjadi atau dipengaruhi oleh seorang tokoh.

4. Kesimpulan

Penamaan kuliner di kota Balikpapan dilatarbelakangi oleh banyak faktor. Data menunjukkan aspek pertimbangan dalam penentuan nama menu dapat digolongkan menjadi dua, (1) faktor makanan/minuman dan (2) faktor di luar makanan/minuman. Faktor makanan meliputi bahan, teknik olah, warna, rasa, bentuk dan tampilan makanan. Faktor di luar makanan/minuman meliputi (1) pengaruh budaya asing, (2) keinginan untuk tampil beda, (3) jam operasional, (4) latar belakang atau sejarah pemilik usaha, (5) karakter pembeli, dan (6) pengaruh tokoh tertentu. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan aspek budaya, kebiasaan, dan situasi kehidupan turut memengaruhi penamaan kuliner di Balikpapan. Pengaruh tersebut kemudian membentuk nama-nama menu atau minuman yang memberikan corak atau bentuk kebahasaan tertentu. Dari bentuk nama menu kuliner yang dikumpulkan diketahui bahwa dari segi makna, terdapat nama-nama kuliner yang merujuk pada objek atau benda nyata dan terdapat pula nama-nama kuliner yang tidak memiliki referen atau objek nyata sebagai acuan. Hal ini terjadi untuk menciptakan nama menu yang unik. Jadi, penelitian menemukan pengaruh kebudayaan (sikap hidup dan kebiasaan) memengaruhi pemberian nama kuliner dan hal tersebut diejawantahkan dalam bentuk nama yang memiliki variasi bentuk dan makna. Fakta lain yang ditemukan dalam penelitian ini adalah, penamaan kuliner di Balikpapan masih didominasi oleh penggunaan bahasa Indonesia secara utuh. Penelitian penamaan kuliner di Balikpapan ini melihat sistem penamaan dari fenomena kebahasaan, khususnya semantik dan kebudayaan. Namun, penelitian ini belum dapat dijadikan tolak ukur peningkatkan keputusan pembelian konsumen dan pengaruhnya terhadap pendapatan masyarakat. Oleh karena itu, peneliti berharap agar dilakukan penelitian lanjutan terkait bahasa dan kuliner.

5. Saran

Diperlukan adanya penelitian lebih lanjut terkait analisis perkembangan sikap bahasa di masyarakat dan pengaruh bahasa terhadap popularitas dan pendapatan pelaku usaha kuliner.

6. Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini didanai oleh DIPA Poltekba Tahun Anggaran 2022. Terima kasih kami sampaikan kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Politeknik Negeri Balikpapan atas dukungan dana yang diberikan sehingga penelitian ini bisa terlaksana

Daftar Pustaka

- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. Retrieved from <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6766/5413>
- Chaer, A. (2012). *Linguistik Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Cardello, A. V., Chheang, S. L., Hedderley, D. I., Guo, L. F., Hunter, D. C., & Jaeger, S. R. (2019). Toward a new scale to measure consumers' "need for uniqueness" in foods and beverages: The 31-item FBNFU scale. *Food Quality and Preference*, 72, 159–171. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2018.10.008>
- Darmawan, D. (2019). Kualitas Produk, Kesadaran Merek dan Harga serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 75–88. Retrieved from

- <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/janis/article/view/25267/16126>
- Humas Provinsi Kaltim. (2019). IBU KOTA BARU DI KALTIM? ISRAN: BERDAMPAK POSITIF TERHADAP PEREKONOMIAN KALIMANTAN. Retrieved from Portal Kaltim website: <https://www.kaltimprov.go.id/berita/ibu-kota-baru-di-kaltim-isran-berdampak-positif-terhadap-perekonomian-kalimantan>
- Faisah, Parto, & Widjajanti, A. (2014). *Nama Makanan dan Minuman Unik di Jember (Tinjauan Semantik)*. Fransiska, S., Reniwati, R., & Lindawati, L. (2019). Penamaan Makanan Berbahan Ubi Di Minangkabau. *Jurnal Elektronik WACANA ETNIK*, 8(1). <https://doi.org/10.25077/we.v8.i1.133>
- Lubis, I. S., & Tanjung, H. R. (2021). Sistem Penamaan Dan Makna Pada Makanan Tradisional Di Kota Padangsidimpuan. *Jurnal Educationand*, 9(4), 607–614. <http://journal.ipts.ac.id/index.php/ED/article/view/3245>
- Muhammad, H. (2016). *KAJIAN BUDAYA DAN MEDIA* (Issue January 2016). Universitas hasanuddin. https://www.researchgate.net/profile/Hasyim_Muhammad/publication/321345017_Kajian_Budaya/links/5a1dec750f7e9b9d5effb685/Kajian-Budaya.pdf
- Ogden, C. K., & Sandulescu, C. G. (2013). *Theoretical Backup One Volume Fifty-Five The Meaning of Meaning*.
- Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional. (2007). Kamus Besar Bahasa Indonesia. In *Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional*. Retrieved from <http://bahasa.cs.ui.ac.id/kbbi/kbbi.php?keyword=perilaku&varbidang=all&vardialek=all&varragam=all&varkelas=all&submit=tabel>
- Putra, M. K., Suryadana, M. L., & Safari, A. S. (2022). *Potensi Produk Kuliner Berbahan Baku Lokal dalam Pengembangan Wisata Kuliner yang Berkelanjutan di Desa Wisata Neglasari, Cisompet Kabupaten Garut*. 9, 46–60. <https://doi.org/10.34013/barista.v9i01.450>
- Rahmawati, R., & Mulyadi, M. (2021). Naming Culinary in Mandailing Society: A Culinary Linguistic Approach. *Budapest International Research and Critics in Linguistics and Education (BirLE) Journal*, 4(1), 486–493. <https://doi.org/10.33258/birle.v4i1.1677>
- Setiadi, E., Hakam, K. A., & Effensi, R. (2013). *Ilmu Sosial dan Budaya Dasar*. KENCANA.
- Suciningtyas, W. (2012). PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN MEDIA COMMUNICATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Management Analysis Journal*, 1(1), 1–8. Retrieved from <https://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj/article/view/505>
- Suswandi, I. (2020). Gender Dalam Pelabelan Nama Kuliner Nusantara: Suatu Tinjauan Semiotik Studi Kasus: Kuliner Di Kota Depok. *Jurnal Mimesis*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.12928/mms.v1i1.1539>
- Tim Pengelola Website. (2014). *Pemerintah Kota Balikpapan*. Setdakot.Balikpapan.Go.Id. <http://setdakot.balikpapan.go.id/content/83/bagian-humas-dan-protokol>
- Utami, S. (2018). Kuliner Sebagai Identitas Budaya: Perspektif Komunikasi Lintas Budaya. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 8(2), 36–44. <https://doi.org/10.35814/coverage.v8i2.588>